

Progetto Wireframe

Alessandro Gurnari

1

Nel progetto precedente, *Discovery*, il focus è stato principalmente sull'analisi delle personas, fondamentale per comprendere le reali necessità degli utenti e individuare le criticità del sito.

Sono emerse importanti opportunità di miglioramento, tra cui la necessità di ottimizzare la sitemap per rendere la navigazione più intuitiva e fluida. La riorganizzazione della struttura del sito ha permesso di semplificare l'accesso ai contenuti, riducendo la complessità dei percorsi di navigazione. Questo intervento ha avuto un impatto positivo anche sulla user experience complessiva, facilitando il processo di ricerca e acquisto.

Di conseguenza, sono stati rivisitati i contenuti e le pagine chiave, con modifiche mirate che rispondessero meglio alle esigenze delle personas.

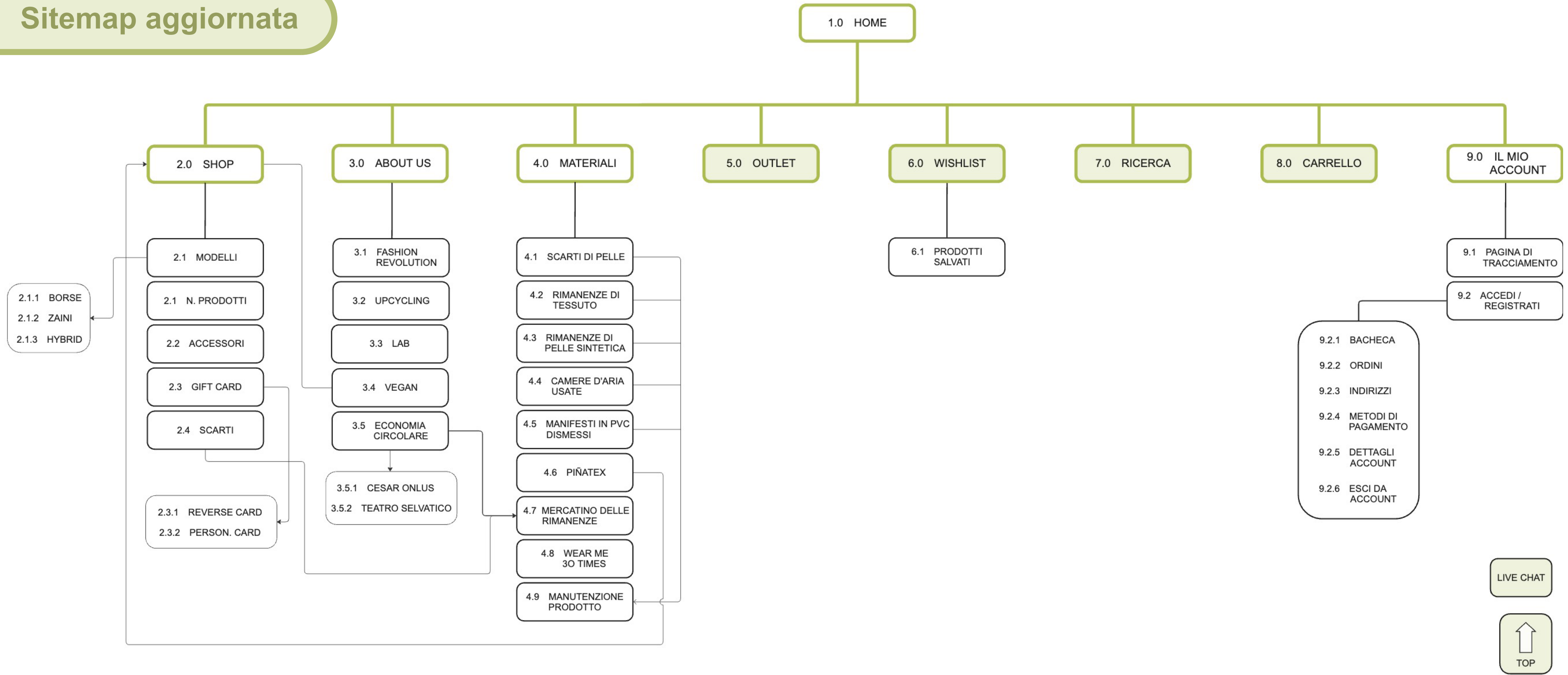
L'implementazione di questi cambiamenti ha reso il sito più funzionale e adatto a soddisfare le aspettative degli utenti, migliorando significativamente la loro esperienza di utilizzo.

Nelle prossime slide verranno illustrate in dettaglio le opportunità emerse durante l'analisi, accompagnate dalla nuova sitemap che mostra le modifiche apportate alle pagine del sito.

OPPORTUNITÀ EMERSE

- | | | |
|--|--------|---|
| ● navigazione troppo lenta |➤ | aggiungere breadcrumbs |
| ● bisogna compilare un modulo per potersi registrare al sito |➤ | aggiungere modalità di registrazione tramite social |
| ● non è possibile ordinare gli articoli in base la colore o al materiale |➤ | aggiungere filtro per colore
aggiungere filtro per materiale |
| ● informazioni sparse per tutto il sito |➤ | aggiungere sezione FAQ |
| ● mancanza di recensioni |➤ | aggiungere sezione commenti |
| ● la sezione carrello è presente solo all'interno della pagina shop |➤ | aggiungere sezione carrello |
| ● non è possibile salvare gli articoli per acquistarli successivamente |➤ | aggiungere wishlist |
| ● non c'è una barra di ricerca |➤ | aggiungere barra di ricerca |
| ● sito web poco interattivo |➤ | aggiungere live chat
aggiungere visualizzazione 3D |

Sitemap aggiornata



FOOTER

- CHI SIAMO
- DOVE SIAMO
- CONTATTI
- FAQ
- SPEDIZIONI E RESI
- TERMINI E CONDIZIONI
- METODI DI PAGAMENTO
- PERSONALIZ. DEL PRODOTTO

- SOCIAL
- ACHIEVEMENTS
- INITIATIVES
- AGREEMENTS

PAGINE MODIFICATE

- la sezione *retail* diventa *dove siamo* e viene posizionata nel footer
- la sezione *modelli* diventa una pagina dello *shop*
- alcune pagine sparse per il sito sono riposizionate nel footer
- è stata creata una sezione FAQ inserita nel footer
- la pagina *materials* diventa *scarti* per evitare confusione con la sezione *materiali*
- la pagina *outlet* diventa una vera e propria sezione
- sono state aggiunte *wishlist*, *barra di ricerca* e *bottone* per tornare a inizio pagina
- la sezione *contatti* è stata posizionata nel footer
- la sezione *carrello* è ora separata dallo shop e facilmente accessibile
- aggiunto il servizio di *live chat*

FASI DEL PROGETTO

Fase 1: ho svolto un esercizio preliminare che consisteva nel creare tre wireframe ad alta fedeltà (sia versione desktop che mobile) di tre pagine del sito *id-eight*

Fase 2: dopo aver ripreso i concetti chiave emersi dal progetto precedente, ho scelto cinque pagine del sito *Ecodream* da rielaborare creando cinque wireframe ad alta fedeltà. Le pagine selezionate seguono il percorso più intuitivo per l'utente: dalla *home* allo *shop*, passando per la *categoria specifica di interesse*, al *prodotto desiderato* e infine alla *pagina di acquisto finale*, garantendo un'esperienza fluida e diretta

Fase 3: ho condiviso il progetto Figma: il link allegato offre la possibilità di visualizzare e interagire con i wireframe così da permettere la revisione e la validazione finale

Esercizio preliminare

L'esercizio preliminare consisteva nella creazione di tre wireframe ad alta fedeltà (high-fidelity) sia per la versione desktop che per quella mobile di un sito e-commerce di scarpe, *id-eight*, riguardanti le pagine *home*, *pagina prodotto*, e *chi siamo*.

L'obiettivo principale di questo esercizio era di acquisire familiarità con le funzionalità di Figma e sviluppare una comprensione strutturale del design delle pagine web di un e-commerce, in particolare la distribuzione dei suoi elementi chiave: *header*, *body* e *footer*.

- *Header*: il layout è tradizionale, ben strutturato e intuitivo, con logo a sinistra, varie categorie disponibili per l'esplorazione del sito al centro, e sulla destra elementi funzionali come la selezione della lingua, la barra di ricerca, il carrello e la sezione utente
- *Body*: è personalizzata in base alla funzione di ciascuna pagina
- *Footer*: in ogni pagina è presente una sezione fissa in fondo alla pagina, con elementi essenziali come newsletter, informazioni legali (privacy policy, termini e condizioni, cookie policy) e i metodi di pagamento

Ogni pagina segue una logica ben definita:

- *Home*: suddivisa in sezioni, mette in evidenza i diversi modelli di scarpe disponibili accompagnati da immagini che fungono da link per approfondire i prodotti
- *Pagina prodotto*: presenta una breve descrizione del modello a cui si fa riferimento e una griglia di prodotti, con filtri funzionali (per prezzo, modello, colore, ecc.) posizionati a sinistra
- *Chi siamo*: include un video esplicativo, informazioni sintetiche sui fondatori, la mission del brand, dettagli sul crowdfunding, il tutto organizzato con un layout semplice ed essenziale.

Questo esercizio si è rivelato un'opportunità fondamentale per consolidare competenze sia tecniche che di design. Le pagine del sito analizzato presentavano un design essenziale, privo di dettagli decorativi superflui, il che ha consentito di concentrarsi sugli aspetti funzionali e sull'organizzazione chiara dei contenuti. La semplicità della struttura ha evidenziato l'importanza di progettare un'esperienza utente che sia allo stesso tempo intuitiva e ben organizzata: raggiungere un equilibrio tra estetica e funzionalità è fondamentale per garantire interazioni fluide e rendere le informazioni principali facilmente accessibili.

Il progetto consisteva nel realizzare cinque wireframe ad alta fedeltà per il sito *Ecodream*, con l'obiettivo di mostrare e implementare le modifiche individuate nel progetto *Discovery*.

Le pagine selezionate per il redesign sono state: *Home*, *Shop*, *Categoria Prodotto*, *Scheda Prodotto* e *Checkout*. Questa scelta ha permesso di definire un percorso chiaro e lineare per l'utente, guidandolo dall'ingresso nel sito, rappresentato dalla *Home*, fino alla conclusione dell'acquisto, passando per tutte le fasi intermedie del processo.

Approccio e Metodologia

Per garantire coerenza tra le pagine, il lavoro è partito dalla realizzazione dell'*header* e del *footer*, due elementi chiave presenti su tutte le schermate. Successivamente, è stato sviluppato il *body*, unico per ogni pagina, con layout e contenuti specifici pensati per migliorare la fruibilità del sito.

Il design si è ispirato sia al sito originale di Ecodream, per mantenere la sua identità visiva, sia agli spunti derivati dall'esercizio preliminare, caratterizzato da semplicità e ordine.

Un altro elemento chiave è stato il rispetto delle aspettative dell'utente: l'organizzazione degli elementi nell'*header* segue standard consolidati negli e-commerce, come la disposizione del logo a sinistra, la barra di navigazione al centro e le icone di lingua, ricerca, utente e carrello a destra.

Lo stesso vale per il *footer*, composto da elementi indispensabili come ad esempio una sezione FAQ, i metodi di pagamento possibili, l'opzione cambio lingua/valuta e i contatti. Questo approccio ha contribuito a creare un ambiente familiare e intuitivo per l'utente, migliorando l'esperienza complessiva.

Miglioramenti e aggiunte

Sebbene il redesign abbia mantenuto alcuni elementi del sito attuale, sono state apportate diverse modifiche e aggiunte significative per ottimizzare la user experience:

- *Home*: la struttura è stata rivisitata per rendere più chiari i percorsi di navigazione e mettere in evidenza i prodotti principali attraverso sezioni ben definite e immagini accattivanti.
- *Shop*: è stato riorganizzato con una divisione dei prodotti primari da quelli secondari come accessori e gift card
- *Categoria prodotto*: è stato mantenuto il layout esistente, la disposizione in due colonne degli articoli, l'ordinamento predefinito e il menu a tendina, ma sono stati aggiunti filtri per semplificare e affinare ulteriormente le ricerche
- *Scheda prodotto*: è stata migliorata la chiarezza delle informazioni, riorganizzando descrizioni, dettagli tecnici e dimensioni in un formato più ordinato e meno invasivo. È stata inoltre aggiunta la possibilità di scrivere recensioni, e i prodotti correlati sono stati ampliati per includere alternative pertinenti, anziché limitarsi al prodotto precedente o successivo.
- *Checkout*: l'intera pagina è stata riprogettata per migliorare la chiarezza e semplificare i passaggi necessari per completare l'acquisto.

Per il progetto, ho scelto il font *Oswald* per i titoli principali e *Work Sans* per il resto dei testi.

L'abbinamento tra Oswald, con il suo stile moderno e forte, e Work Sans, carattere leggibile e versatile, crea un equilibrio visivo tra impatto e chiarezza. Questa combinazione è particolarmente adatta a un sito e-commerce, in quanto garantisce titoli accattivanti che attirano subito l'attenzione dell'utente, mentre i testi secondari risultano facilmente leggibili, migliorando la fruibilità e l'esperienza complessiva di navigazione.

Risultato e obiettivo

Il risultato finale è un sito rinnovato che mantiene la sua identità originale, ma è arricchito da elementi strutturali e funzionali mancanti nel design precedente. La semplicità e l'ordine sono stati prioritari, eliminando dettagli superflui per focalizzarsi su un'esperienza utente fluida e intuitiva. Lo scopo era quello di guidare l'utente nel processo di acquisto senza confonderlo, sfruttando una navigazione chiara, coerente e pensata per accompagnare l'utente fino al completamento dell'acquisto.

Link del progetto

Di seguito è allegato il link al progetto Figma, che include tutti i wireframe ad alta fedeltà realizzati sia per l'esercizio preliminare che per il progetto vero e proprio. Questo consentirà di esplorare nel dettaglio le soluzioni progettuali adottate e di comprenderne meglio la struttura e la logica di navigazione.

Link: <https://www.figma.com/design/I4Ga7NjnYDRb2CuxyLyhFd/progetto-wireframing?node-id=109-186&t=cT1Ympcp8ZIMg6vd-1>

Grazie per l'attenzione

email: alessandro.gurnari111298@gmail.com